

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

TESIS MONOGRÁFICA/TESINA

“La Nación” y el conflicto entre el Gobierno y cuatro entidades agropecuarias.

Construcción de un escenario a la medida de sus intereses.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Nombre y apellido de la alumna: María Ina Ohme

Director de la Carrera de Publicidad: Prof. Lic. Natalio Stecconi

Asesor metodológico: Prof. Cozza

Tutor de la tesis monográfica/tesina: Prof. Santiago Marino

Buenos Aires 21 de diciembre de 2009

Ina083@hotmail.com

Abstract (resumen)

Este estudio de carácter descriptivo aborda el tratamiento y, sobre todo, la representación que el diario *La Nación* hizo del conflicto planteado en Argentina entre el Gobierno Nacional y un sector de la economía, el agropecuario, a raíz de una medida que ponía retenciones a las exportaciones de soja, girasol, trigo y maíz. Abarcó el período comprendido entre el momento en que se dio a conocer la polémica¹ resolución del Ministerio de Economía y el día posterior a su rechazo en la Cámara de Senadores, es decir, poco más de cuatro meses.

Pretendimos demostrar que la representación construida por *La Nación* no fue inocente sino que respondió a sus propios intereses ideológicos, políticos y, en todo caso, económicos. También nos propusimos detectar qué imágenes construyó de los principales actores del conflicto, en primer lugar de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, y luego de los dirigentes del agro involucrados, como así también de otros actores que el propio diario se encargó de ubicar en primer plano y, por supuesto, de sí mismo.

Como base para la investigación realizada tuvimos en cuenta conceptos teóricos de especialistas en materia de comunicación como Eliseo Verón, Graciela Rodríguez, Lila Luchessi y Héctor Borrat, entre otros.

La idea de Verón (1987) según la cual “*el análisis del sentido*” es posible porque “*el sistema productivo deja huellas en los productos*”, nos dio el punto de partida para la investigación. Así, los discursos del diario nos llevaron a la construcción social de la realidad hecha por el mismo.

El otro concepto teórico que nos guió fue el de Lucchessi y Rodríguez (2007) para quienes los medios del siglo XXI no son meras herramientas de la comunicación política, sino el escenario en que la hegemonía luchará por construir y acumular su poder. Esto los transforma, como parte integrante de esos grupos de poder, en actores claves en el funcionamiento social.

¹ La palabra polémica está utilizada no como juicio de valor sino para indicar que desató posiciones encontradas.

Por último, Héctor Borrat (1989) nos confirmó en el camino correcto al sostener que el conflicto es la categoría clave para llegar a un *“conocimiento aproximado e hipotético de las estrategias de este actor”* (se refiere a los medios), para nosotros *La Nación*.

El trabajo se realizó a partir del análisis de los contenidos del diario: notas, columnas de opinión y, cuando fue oportuno, dibujos de humor y caricaturas. Los indicadores que se utilizaron surgieron de la propia ideología y estilo del medio revelados a lo largo de su historia en el tratamiento de otros conflictos y temas políticos. La muestra estudiada fue muy amplia: La mitad de los ejemplares editados en cada uno de los meses que duró la controversia. En algunos períodos del conflicto la cobertura del mismo fue muy extensa, en ocasiones abarcó el 90% de la sección política a la que se sumaron muchas editoriales y columnas de opinión, incluso en otras secciones del diario. Gran parte del staf de periodistas de la redacción eran convocados en cada edición lo que se notaba en la gran cantidad de notas firmadas. La lectura y el análisis de cada ejemplar examinado fueron minuciosos y exhaustivos.

Los resultados y conclusiones a los que llegamos confirmaron la hipótesis planteada: Efectivamente, la representación que hizo del conflicto que, además se personalizó en sus protagonistas individuales, ayudó, de manera muy clara, a desprestigiar al Gobierno, en general, y a su Presidenta, Cristina Fernández de Kirchner, en particular. El propio medio asumió un rol protagónico como prensa de alerta y como dueño del conocimiento y la verdad. Como en otras oportunidades escuchó las voces que confirmaban su posición y se encargó de denostar o, por lo menos de neutralizar, a aquellas otras cuyas declaraciones no podía pasar por alto. Fotografías, dibujos y esquemas también reforzaron la visión del medio.

Palabras claves: Representación del conflicto; construcción de imágenes personales; imposición de sentidos y significados.

INDICE GENERAL

I) CUERPO CENTRAL

1. Introducción

1.1 Objetivos específicos. Finalidad de la investigación

1.2. Hipótesis

1.3 Marco metodológico

1.3.1 Variables

1.4 Marco teórico

1.5 Marco de referencia

1.5.1 Cristina Fernández de Kirchner: Su llegada al poder

1.5.2 Los sectores rurales

a) Sociedad Rural Argentina

b) Federación Agraria Argentina

c) Confederaciones Rurales Argentinas

d) Coninagro

e) Los empresarios rurales y el gobierno peronista de la década del 40

1.5.3 El diario *La Nación*

1.5.4 Cronología del conflicto

2. Desarrollo del trabajo de análisis

2.1 Las voces

2.1.1 Voces que sonaron alto

2.1.2 Voces que sonaron bajo

2.2 Los actores

2.2.1 Los protagonistas

2.2.2 Los de reparto

2.3 Los escenarios. Las representaciones

2.4 Los piquetes y los cortes de rutas, ¿no eran ilegales?

2.5 “Lo que debería hacerse es...”

2.6 Humores que matan

2.7 El pasado lo condena



3. Conclusiones finales

II) SECCIÓN DE REFERENCIAS

1. Bibliografía



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

*Parece que al mundo le sucede
lo que a la CNN le da por poner.
A ver los pobres sonríen a la cámara
que aquí les va una foto del cuarto poder.*

“En cueros”, tema musical del dúo Buena Fe.

I) Cuerpo central

1. Introducción

A partir de una resolución del Ministerio de Economía, la 125 del año 2008, en Argentina, se desató una crisis que comenzó por reclamos del sector agrario al que la medida afectaba particularmente. Lo que al principio pareció una simple protesta de tipo sectorial se convirtió en un conflicto de proporciones que involucró a importantes sectores sociales del país. Dirigentes de cuatro entidades empresariales agropecuarias disconformes: Sociedad Rural Argentina (SRA), Confederaciones Rurales Argentinas (CRA), Federación Agraria Argentina (FAA) y Confederación Intercooperativa Agropecuaria (CONINAGRO) y sectores autoconvocados cortaron rutas, hubo desabastecimiento, se organizaron manifestaciones de protesta en pueblos y ciudades. Tanto el Poder Ejecutivo Nacional como los líderes de las entidades agrarias involucradas convocaron a la ciudadanía a reunirse en apoyo de sus respectivas posiciones. Los actos fueron multitudinarios y en ellos ambos contendientes parecieron competir por el favor público. Poco más de cuatro meses duró la crisis en relación con la resolución 125. (Conviene hacer esta aclaración porque el conflicto no ha terminado). Durante su transcurso los medios masivos de comunicación se ocuparon del tema de manera permanente. Y jugaron un papel que, sin duda, fue importante por su extensa cobertura en cantidad de páginas dedicadas al conflicto, pero también por su protagonismo como constructores de sentido.

Para la mirada del ciudadano medio que, en estas cuestiones suele estar desprevenido, los medios de comunicación reflejan la realidad, son meras cadenas de difusión de noticias que ocurren en todo el mundo. En estas condiciones la producción de un medio pasa a ser una simple mercadería y los lectores, simples consumidores. No saben, claro está que, cada vez más, los medios han ido reemplazando a las instituciones

democráticas en el sentido de que son ellos los espacios simbólicos donde se dirimen las luchas por la hegemonía que, por supuesto, quieren ganar. En momentos en que acaba de aprobarse una nueva ley de medios audiovisuales y en que tanto se ha hablado de pluralidad de voces y miradas, sería interesante, y ese es nuestro aporte, señalar y probar que los medios construyen representaciones sociales de la realidad y luchan por imponerlas. Si el lector de un diario puede ver al medio desde esta perspectiva, estará en condiciones de ser más independiente a la hora de juzgar los acontecimientos y los actores políticos y tendrá más poder como ciudadano cuando sea el momento de tomar decisiones. No olvidemos que la fidelidad para con un diario puede llegar a ser mayor que para otros objetos igualmente familiares. Muchas veces se han aproximado las palabras lector y elector para recordar que la política está presente en ambas. Adquirir un diario es como votar por él en un mercado de opciones que ofrece miradas alternativas sobre la sociedad y sus problemas (Sidicaro, 1993).

Este protagonismo de la prensa escrita y, sobre todo, su influencia y su poder como escenario simbólico en el que se dirimió la contienda es lo que proponemos en el presente trabajo. El mismo se referirá exclusivamente a uno de los dos diarios de mayor tirada de la capital federal, *La Nación*.

Nuestra intención no es emitir juicios de valor con respecto al medio sino mostrarlo como un actor político con una visión ideológica que interpreta realidades y construye significados. No aceptamos que la perspectiva sea objetiva.

El objetivo general de la investigación es determinar qué representación construyó el diario capitalino *La Nación*, del conflicto entre gobierno nacional y cuatro entidades agropecuarias y cómo afectó dicha representación a la opinión pública (si es que hubo tal efecto, creemos que sí) para hacerla favorable al sector agropecuario y adversa a la gestión presidencial.

1.1 Objetivos específicos. Finalidad de la investigación

A partir del objetivo general fijamos dos objetivos específicos:

- 1) Determinar qué posición política asumió *La Nación*.
- 2) Determinar qué rol les adjudicó el diario a los demás actores que participaron en la crisis social, política y económica más importante desde la asunción del gobierno en cuestión.

La pregunta guía para este trabajo será:

¿La representación que hizo del conflicto el diario *La Nación* afectó la imagen de Cristina Fernández de Kirchner?

A partir de ella nos planteamos los siguientes interrogantes:

- 1) ¿Qué trato dio el diario *La Nación* a los diferentes actores del conflicto, a quiénes legitimó y a quiénes deslegitimó?
- 2) Como agente constitutivo del campo político, ¿qué rol jugó, qué posiciones asumió el medio en cuestión?
- 3) ¿Qué fuentes privilegió el diario mencionado, qué voces oyó, cómo valorizó y jerarquizó las diferentes posiciones, a cuáles de ellas presentó como positivas y a cuáles estigmatizó?
- 4) ¿Cómo se construyeron las noticias, a partir de figuras o a partir de acontecimientos?
- 5) ¿Cómo operó en la construcción de sentidos a lo largo del conflicto?

Creemos que la investigación que aquí nos proponemos tendrá un gran valor práctico pues permitirá conocer un poco más sobre el rol y el poder de los medios en nuestro país aportando, además, datos a las teorías y modelos que sobre los efectos sociales de los media se han venido elaborando en los últimos decenios.

Más puntualmente, pretendemos poner en evidencia el poder simbólico de un diario considerado “de prestigio” en la Argentina, poder que, a decir de Bourdieu (1999), es invisible porque se ejerce con la complicidad de los que lo sufren y lo niegan. En este sentido contribuiremos a la reflexión acerca de la construcción de sentido por parte de la prensa pero también de la reducción del ciudadano común al estado de consumidor de la cultura y, en consecuencia, de la necesidad de una verdadera democratización de la misma.

Cuando Luchessi y Rodríguez (2007) convocan a colaborar en una democratización de la cultura hacen notar que todas las investigaciones hechas en la Argentina en el sentido de analizar la relación entre política, cultura y medios de comunicación, han sido miradas ingenuas o manipuladoras que minimizan el papel de los medios en la creación de sentidos.

Pretendemos que este trabajo, aunque apenas en una situación puntual (conflicto gobierno-entidades agropecuarias) no cometa el mismo error. Queremos dar cuenta, en

un momento determinado, del proceso creador de significados y de la batalla por imponerlos.

1.2 Hipótesis.

De acuerdo a los antecedentes del diario que investigamos y teniendo en cuenta su historia a lo largo de todo el siglo XX, el tratamiento dado a otros conflictos y su ideología siempre ligada a los grupos de poder en la Argentina, creemos que, en esta oportunidad, también se ha representado un escenario que perjudicó la imagen de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner.

1.3 Marco metodológico.

El estudio que esta investigación propone es de tipo descriptivo. Se medirán las variables que se mencionan más abajo, utilizando como método el análisis de contenidos, retórico y enunciativo.

Las unidades de análisis serán: editoriales y columnas de opinión, artículos referidos al tema del conflicto, presencia del tema en tapa y creaciones humorísticas sobresalientes. Se tomará una muestra que abarcará el 50% de los diarios editados en el período a estudiar, de manera que sean incluidos en la misma la mitad de cada uno de los meses de la investigación. Es decir, se elegirán diez diarios en marzo, quince en abril, quince en mayo, quince en junio y diez en julio. Se confeccionarán planillas con cada día en el período de tiempo que abarca el presente estudio donde se volcarán los datos recopilados de acuerdo con los indicadores seleccionados para su posterior análisis.

1.3.1 Variables.

1° Representación que, de los actores del conflicto, hace el diario *La Nación*. Esta variable será desagregada en los siguientes indicadores:

- Secciones/Vínculo con tapa.
- Tendencia a lo narrativo o a lo argumentativo.
- Estilo de notas.
- Fotografías que refuerzan el sentido del texto.
- Fuentes a las que recurre y voces que escucha.
- Oposición civilización/barbarie

2° Intereses del medio (actor clave en el funcionamiento social y los procesos de acumulación de poder) en su desenvolvimiento como actor político. Esta variable será desagregada del análisis de las representaciones del conflicto hechas por el diario, a partir de la propia lectura. Para ello se tendrán en cuenta: la postura del diario en diferentes acontecimientos de la historia política argentina, su estilo periodístico, la ideología de sus columnistas, fuentes de financiamiento, vinculaciones con distintos sectores de la sociedad.

1.4 Marco teórico

Para la realización de esta investigación se tendrá como marco la teoría del “establecimiento de la agenda”, enunciada por Mc Combs y Shaw en Estados Unidos. Mediante el establecimiento de la agenda temática los medios son actores en condiciones privilegiadas para construir sentidos. Más cerca de nuestro marco de referencia incluiremos la “teoría de los discursos sociales” de Eliseo Verón; la noción de representación según la perspectiva de Luchessi y Rodríguez, por un lado, y la de Rodrigo Alsina, por otro; y el concepto de periódico como actor social en el campo de la política y la posibilidad de analizar su discurso público y de criticar sus comentarios y relatos, conceptos éstos desarrollados por Héctor Borrat. De la bibliografía consultada surgen otras ideas relacionadas con el tema de la investigación que también aportaremos.

Las más recientes evidencias sugieren que, en el largo plazo, los puntos de vista defendidos por los medios no serían tan inofensivos y podrían dar lugar a efectos (Lord, Ross, Lepper, 1979; Zinder, Sears, 1985) y terminar ejerciendo considerable influencia sobre las opiniones que los individuos manifiestan respecto de las cuestiones de la esfera social. Un ejemplo de esto lo constituye el fenómeno de “*establecimiento de la agenda*”, también conocido como “*tematización*”, según el cual las personas tendrán una diferente imagen del mundo en función del mapa que tracen para ellas los escritores, redactores y editores de los periódicos que leen. Aunque en la actualidad la teoría del establecimiento de la agenda se extiende a todos los campos, originalmente surgió de estudios realizados en el área de la comunicación política. Mc Combs y Shaw (1972) acuñaron el término “*agenda setting*” para referirse a una potencialidad de los medios: la de dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas particulares que ellos presentan como los más sobresalientes en un momento determinado. Estos investigadores llevaron a cabo, en 1968, durante las elecciones presidenciales en los Estados Unidos, una prueba empírica